

KENNZAHLENBERICHT CORPORATE RESPONSIBILITY

2022/23

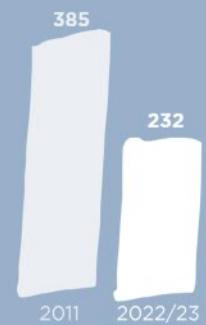
TRANSITION

TREIBHAUSGAS- EMISSIONEN



STATUS KLIMASCHUTZZIEL

Treibhausgasemissionen in kg CO₂ (CO₂-Äquivalente) je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche in Bezug auf Scope 1-3



ENTWICKLUNGEN BEI DEN EMISSIONS- QUELLEN DES KLIMASCHUTZ- ZIELS

Veränderung in % ggü.
Basisjahr 2011 (Scope 1-3)

-39,7

STROM-, WÄRME- UND KÄLTEENERGIE- VERBRAUCH



INSTALLIERTE KW PEAK

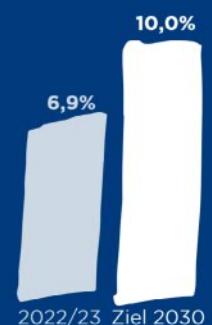


GESAMT- ENERGIE- VERBRAUCH IN MWH



WASSERENTNAHME UND ABWASSER- EINLEITUNG

Veränderung des Wasser-
verbrauchs in l je m² Verkaufs- und
Belieferungsfläche in % ggü.
Basisjahr 2020/21



ABFALLAUFKOMMEN

Recyclingquote des
Abfallaufkommens je m² Verkaufs-
und Belieferungsfläche in %



REDUZIERUNG VON LEBENS- MITTEL- ABFÄLLEN

Reduktion
Lebensmittelabfälle in kg
je m² Verkaufs- und
Belieferungsfläche ggü.
Basisjahr 2017/18 in %

-23



PLASTIKREDUZIERUNG BEI VERPACKUNGEN VON EIGENMARKENPRODUKTEN *

Eingesparte Menge Plastik in Tonnen im
Vergleich zum Gesamtziel 2.000t (in t)

-3.804



PVC AUSSTIEG BEI VERPACKUNGEN VON EIGENMARKENPRODUKTEN *



EPS AUSSTIEG BEI VERPACKUNGEN VON EIGENMARKEN- PRODUKTEN*

iStock

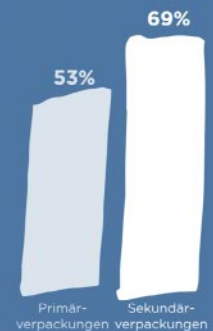
Credit: Gene



belle

FSC®/PEFC- ZERTIFIZIERTE VERPACKUNGEN VON EIGENMARKEN- PRODUKTEN*

Anteil der FSC®/PEFC-
zertifizierten Verpackungen von
Eigenmarkenprodukten in %



*Für diese
Nachhaltigkeitsinformationen
erfolgte keine Prüfung nach
ISAE 3000 durch die KPMG AG
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

TREIBHAUSGAS-EMISSIONEN



↓ Download .xls

in t CO ₂ (CO ₂ -Äquivalente)	Basisjahr 2011	2020/21	2021/22	2022/23
Scope 1 – direkte Treibhausgasemissionen	471.522	417.237	400.231	374.732
Scope 2 – indirekte Treibhausgasemissionen	892.385	599.275	595.189	561.258
Scope 3 – sonstige indirekte Treibhausgasemissionen	3.561.765	2.685.369	2.534.804	1.774.116
Treibhausgasemissionen gesamt	4.925.672	3.701.881	3.530.224	2.710.106

Definition: Menge aller wesentlichen Emissionen bezogen auf den Scope gemäß Systematik des Greenhouse Gas Protocol.

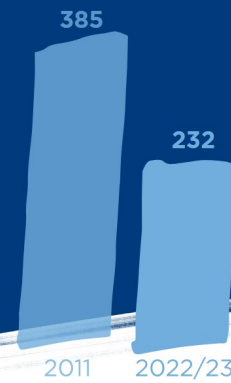
Berücksichtigt sind folgende Emissionsquellen:

- Scope 1: Heizöl, Erdgas, Flüssigerdgas (LNG), Flüssiggas (LPG), Kältemittelverluste aus Gewerbekälte und Klimatisierung sowie Kraftstoffverbrauch der Dienstwagen, Flotte eigener Logistikfahrzeuge und Notstromaggregate
- Scope 2: Strom-, Wärme- und Kälteenergieverbrauch
- Scope 3 = externe Logistik für die Transporte in unsere Märkte und Läger, Papiereigenverbrauch für Werbemittel und Bürobedarf, Dienstreisen, eingekaufte Waren und Dienstleistungen für Eigenverbrauch, Anlagegüter, Vorkettenemissionen und Netzverluste für alle direkten und indirekten Energiequellen, Abfall, Mitarbeiterpendelaufkommen, geleaste Vermögenswerte

In Bezug auf die hier dargestellten absoluten Zahlen konnte seit 2011 eine Reduzierung um 31,4 % erreicht werden.

Erläuterungen zur Klimabilanz, insbesondere zu Methodik und Klimaschutzziel finden sich auf <https://verantwortung.metroag.de/esg-prioritaeten/klima-und-co2/klimaschutz>.

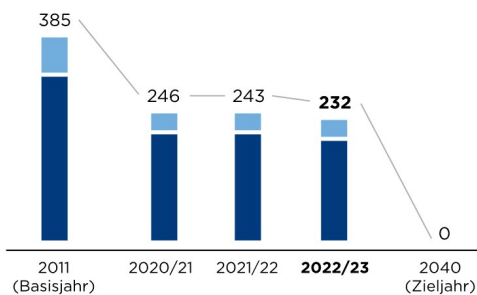
STATUS KLIMASCHUTZZIEL



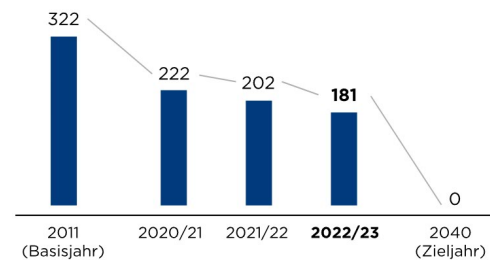
Treibhausgasemissionen in kg CO₂ (CO₂-Äquivalente) je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche in Bezug auf Scope 1-3

Treibhausgasemissionen in kg CO₂ (CO₂-Äquivalente) je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche

METRO



Deutschland¹



■ Scope 1+2
■ Scope 3
Total

■ Total

¹ Die Angaben zu „Deutschland“ umfassen hier METRO Cash & Carry Deutschland sowie R Express.

Definition: Unter dem Klimaschutzziel berücksichtigte Treibhausgasemissionen der Märkte, Verwaltungen und Läger von METRO sowie FSD Unternehmen R Express und Pro à Pro Frankreich bezogen auf die Verkaufsfläche und auf die für die Belieferung genutzten Flächen. Die Kennzahl deckt die folgenden METRO Gesellschaften u.a. aufgrund von Datenverfügbarkeit und Änderungen im Konsolidierungskreis nicht ab: Belgien, Indien, Pro a Pro Spanien, Aviludo, Classic Fine Foods, JHB, Österreich (AGM) und METRO MARKETS. Berücksichtigt sind die Emissionen aus:

- Scope 1: Heizöl, Erdgas, Flüssigerdgas (LNG), Flüssiggas (LPG), Kältemittelverluste aus Gewerbekälte und Klimatisierung sowie Kraftstoffverbrauch der Dienstwagen, Flotte eigener Logistikfahrzeuge und Notstromaggregate

- Scope 2: Strom-, Wärme- und Kälteenergieverbrauch
- Scope 3: Papiereigenverbrauch für Werbematerial und Bürobedarf, Dienstreisen und Vorkettenemissionen und Netzverluste für alle direkten und indirekten Energiequellen

Status: Im Vergleich zum Basisjahr 2011 konnten die auf das Klimaschutzziel bezogenen CO₂-Emissionen (Scope 1-3) um 39,7 % pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche reduziert werden.

Erläuterung: Unser Ziel ist es, bis 2040 durch hauptsächlich eigene Initiativen klimaneutral zu werden. Wir haben im Geschäftsjahr 2021/22 unser Klimaschutzziel 2040 um die Emissionen aus eigener Logistik erweitert. Aufgrund dieser Erweiterung wurde die Methodik zur Ermittlung der CO₂-Äquivalente pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche angepasst und die Kennzahlen für das Basisjahr und der Vorjahreswerte entsprechend korrigiert.

Die spezifischen Treibhausgasemissionen beliefen sich im Basisjahr 2011 auf 385 kg CO₂/m² Verkaufs- und Belieferungsfläche.

Der Rückgang der Emissionen auf 232 kg CO₂/m² Verkaufs- und Belieferungsfläche im Geschäftsjahr gegenüber dem Basisjahr 2011 lässt sich im Wesentlichen auf Maßnahmen zur Senkung der Verbräuche bei Energie, Dienstwagen, Papier und Geschäftsreisen sowie der Emissionen aus Kältemittelverlusten und Investitionen in erneuerbare Energien und Digitalisierung zurückführen.

In Ergänzung zu unserem Klimaschutzziel, hat METRO seine Klimaaktivitäten im Geschäftsjahr 2018/19 auch auf die Lieferkette erweitert und sich als 1. deutscher Händler ein anerkanntes Science Based Target (SBTi) gesetzt. METRO verpflichtet sich im Rahmen des SBTi, ihre Scope-1- und Scope-2-CO₂-Emissionen um 60 % pro Quadratmeter Verkaufs- und Belieferungsfläche bis 2030 gegenüber 2011 zu reduzieren. Diese SBTi Ziele zu Scope 1 und Scope 2 stehen in Einklang mit den Reduzierungen, die erforderlich sind, um die Erwärmung der Erde bis 2100 auf deutlich unter 2°C ggü. dem vorindustriellen Niveau zu halten. Außerdem verpflichtet sich METRO im Rahmen des SBTi, die absoluten Scope-3-CO₂-Emissionen (Lieferkette) um 15 % bis 2030 ggü. 2018 zu reduzieren.

ENTWICKLUNGEN BEI DEN EMISSIONSQUELLEN DES KLIMASCHUTZZIELS

-39,7

Veränderung in % ggü. Basisjahr 2011 (Scope 1-3)

Treibhausgasemissionen in kg CO₂ (CO₂-Äquivalente) je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche

[↓ Download .xls](#)

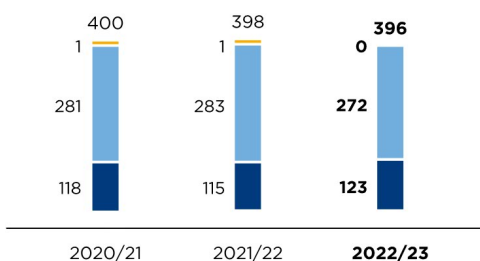
in kg CO ₂ (CO ₂ -Äquivalente) pro m ² Verkaufs- und Belieferungsfläche	Basisjahr 2011	2022/23	Veränderung in %
Papierverbrauch	14	2	-85
Flotte eigener Fahrzeuge Logistik	7	10	40
Dienstwagen	12	11	-12
Dienstreisen	6	1	-84
Stromverbrauch	246	140	-43
Wärmeenergieverbrauch	33	33	-3
Kältemittelverluste	66	36	-46
Gesamt	385	232	-40

Definition: Die Entwicklung der CO₂-Emissionen aller im Klimaschutzziel enthaltenen Emissionsquellen pro m² Verkaufs- und Belieferungsfläche im Vergleich zum Basisjahr 2011.

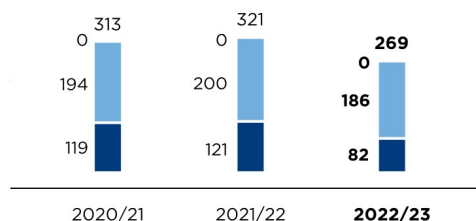
STROM-, WÄRME- UND KÄLTE-ENERGIEVERBRAUCH

Strom-, Wärme- und Kälteenergieverbrauch (in kWh je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche)

METRO



Deutschland¹

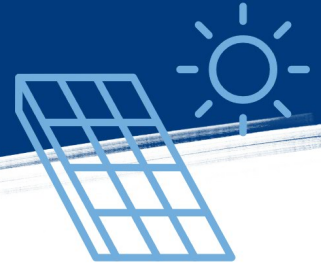


■ Wärme ■ Strom ■ Kälte

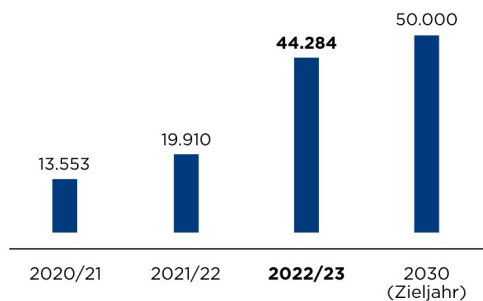
¹ Die Angaben zu „Deutschland“ umfassen hier METRO Cash & Carry Deutschland sowie R Express.

Definition: Energieverbrauch der Standorte bezogen auf die für Verkauf und Belieferung genutzte Fläche. Der Energieverbrauch setzt sich aus dem Stromverbrauch und dem Wärme- bzw. Kälteenergieverbrauch (Heizöl, Erdgas, Flüssigerdgas [LNG], Flüssiggas [LPG], Notstromaggregate und Fernwärme/-kälte) zusammen.

INSTALLIERTE KW PEAK



Kapazität für Photovoltaikanlagen



Definition: METRO hat 2008 damit begonnen, Photovoltaikanlagen (PV) auf den Dächern der Großmärkte zu installieren. Die Leistung der PV-Anlagen wird in Kilowattpeak (kWp) angegeben. Dies gibt an, wie viel Energie unter Standard-Testbedingungen erzeugt wird. Die kumulierte Installation von Photovoltaikanlagen auf Großmärkten wird in kWp angegeben. Dabei ist unerheblich, ob die Großmärkte oder die Photovoltaikanlagen Eigentum von METRO sind. Solange METRO die Solarenergie aus den PV-Anlagen für den Geschäftsbetrieb nutzt und sich die PV-Anlagen auf METRO-Dächern befinden, werden diese berichtet. Bis zum 30. September 2023 hat METRO 72 PV-Anlagen in 11 Ländern mit einer installierten Leistung von 44.284 kWp installiert.

Im Berichtsjahr 2022/23 wurden 21 neue Anlagen mit einer Gesamtleistung von 24.374 kWp in der Türkei, Spanien und Rumänien installiert.

Ziel: Bis 2030 will METRO eine Kapazität von 50.000 kWp erreichen.

GESAMTENERGIEVERBRAUCH IN MWH

[↓ Download .xls](#)

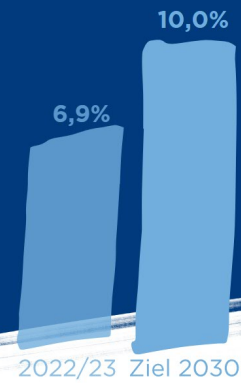
in MWh	2020/21	2021/22	2022/23
Brennstoffe (Heizöl, Gas, Benzin, Diesel, LPG, LNG)	514.689	489.746	538.270
Strom	1.385.808	1.379.989	1.315.843
davon Graustrom	1.297.167	1.281.677	1.219.409
davon Grünstrom (HKN zertifiziert)	76.245	80.640	63.918
davon selbstproduzierte Solarenergie	12.396	17.672	32.516
Fernwärme	64.622	67.647	55.598
Fernkälte	4.157	3.886	2.255
Gesamt Energieverbrauch	1.969.276	1.941.268	1.911.966

Definition: Energieverbrauch für Betrieb der Standorte und für Transporte, unterteilt in die verschiedenen genutzten Energiearten. Brennstoffe beinhalten Heizöl, Kraftstoffe, Erdgas und Flüssiggas.

Grünstrom umfasst Herkunftsnachweise (HKNs) sowie Ökostromverträge mit HKNs und Strombezugsvereinbarungen (Englisch: Power Purchase Agreements, PPAs) mit HKNs.

METRO nutzt die Solarenergie aus den PV-Anlagen für seinen eigenen Marktbetrieb; die PV-Anlagen sind auf den Dächern der METRO-Märkte installiert, die Energie dieser PV-Anlagen wird unter selbstproduzierte Solarenergie ausgewiesen.

WASSERENTNAHME UND ABWASSEREINLEITUNG



Veränderung des Wasserverbrauchs in l je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche in % ggü. Basisjahr 2020/21

[Download .xls](#)

in l je m ² Verkaufs- und Belieferungsfläche	Basisjahr 2020/21	2022/23	Veränderung in %	Wasserreduktionsziel in % 2030 (Ziel)
METRO	686	639	-6,9	10,0
Deutschland ¹	275	278	1,1	4,4

¹ Die Angaben zu „Deutschland“ umfassen hier METRO Cash & Carry Deutschland sowie R Express.

Definition: Wasserentnahme der Märkte, Verwaltungen und Läger von METRO sowie FSD Unternehmen R Express und Pro à Pro Frankreich bezogen auf die für Verkauf und Belieferung genutzte Fläche.

Erläuterung: Absolut bezog METRO im Berichtszeitraum 3,1 Mio. m³ Frischwasser. Damit konnte METRO den absoluten Eigenverbrauch flächenbezogen ggü. dem Basisjahr 2020/21 um 6,9 % reduzieren. Wasser wird in Lägern, Märkten und Verwaltungsgebäuden vor allem für Reinigungszwecke und den Betrieb der Sanitäranlagen benötigt. Zusätzlich kann Wasser bei der Lagerung, dem Transport und dem Verkauf von Lebensmitteln zum Einsatz kommen, bspw. für die Haltung von Lebendfisch sowie zur Fertigung von Eis zur Kühlung von Frischfisch.

Auf Gruppenebene messen und kontrollieren wir die Menge an Wasser, die das Unternehmen aus der öffentlichen Trinkwasserversorgung entnimmt. Die öffentliche Trinkwasserversorgung ist die einzige wesentliche Quelle, aus der wir signifikante Mengen an Wasser beziehen.

Auch messen und kontrollieren wir auf Gruppenebene die Gesamtmenge unserer Abwassereinleitung. Da es an unseren Standorten keine signifikanten Wasserverbräuche gibt, basieren unsere Berechnungen auf der Annahme, dass das Abwasser der entnommenen Menge an Frischwasser entspricht. Sämtliches Abwasser wird in das öffentliche Abwassersystem eingeleitet. Die Qualität des Abwassers wird durch uns nicht selbst kontrolliert, da dies aufgrund der oben beschriebenen Nutzung nicht relevant ist.

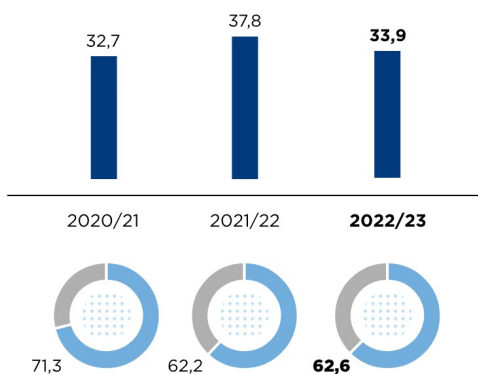
Ziel: METRO hat sein ursprüngliches Ziel, bis 2025 5 % Wasser ggü. dem Basisjahr 2016/17 einzusparen bereits erfüllt. Daher hat sich METRO im Geschäftsjahr 2021/22 ein neues Wassereinsparziel gesetzt: Bis 2030 soll ggü. dem Basisjahr 2020/21 der spezifische Wasserverbrauch im eigenen Geschäftsbetrieb um 10 % je m² Nettobetriebsfläche reduziert werden.



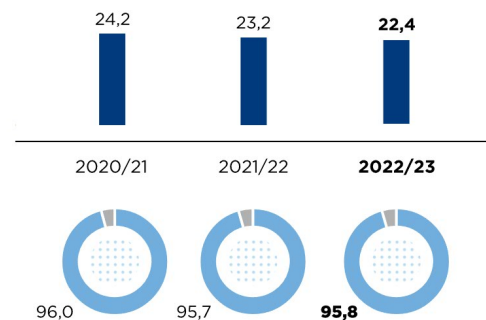
Recyclingquote des Abfallaufkommens je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche in %

Abfallaufkommen und Recyclingquote (in kg je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche bzw. in %)

METRO



Deutschland¹



■ Abfallaufkommen ■ Recyclingquote

¹ Die Angaben zu „Deutschland“ umfassen hier METRO Cash & Carry Deutschland sowie R Express.

Definition: Abfallmengen (ohne Lebensmittelabfälle) der Märkte, Verwaltungen und Läger von METRO sowie FSD Unternehmen R Express und Pro à Pro Frankreich, bezogen auf die für Verkauf und Belieferung genutzte Fläche. Die Recyclingquote berechnet sich aus der Menge von Abfällen zum Recycling, zur thermischen Verwertung und zur Kompostierung im Verhältnis zur Gesamtabfallmenge.

Erläuterung: Gegenüber dem Vorjahr verzeichnet METRO eine flächenbezogene Einsparung um 10,4 %. Treiber für diese Entwicklung sind:

- Abfälle zur Deponierung (35.191 t)
- Abfälle zum Recycling (101.538 t)
- Abfall ohne gewählte Entsorgungsart (16.419 t)

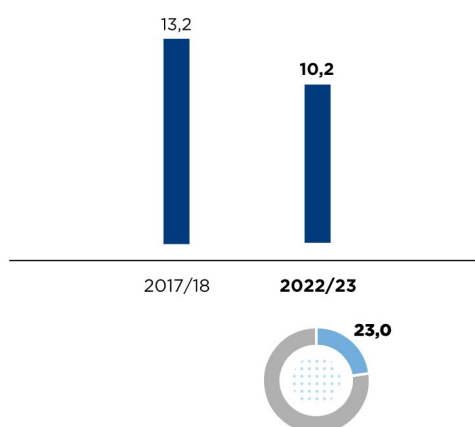
In der Berechnung der Recyclingquote berücksichtigen wir gefährliche Abfälle nicht, da wir deren Behandlung (Recycling oder Beseitigung) nicht über alle Länder hinweg systematisch erfassen können. Auf Basis von Erkenntnissen aus einigen Ländern wird ein Großteil des gefährlichen Abfalls jedoch ebenfalls dem Recycling zugeführt. Die Recyclingquote müsste somit in der Realität höher liegen.

REDUZIERUNG VON LEBENS- MITTELABFÄLLEN

-23

Reduktion Lebensmittelabfälle in kg je m² Verkaufs- und
Belieferungsfläche ggü. Basisjahr 2017/18 in %

METRO



- Menge Lebensmittelabfälle (in kg je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche)
- Reduktion Lebensmittelabfälle in kg je m² Verkaufs- und Belieferungsfläche ggü. Basisjahr 2017/2018 in %

Definition: Lebensmittelabfallmengen bezogen auf die für Verkauf und Belieferung genutzte Fläche. Die Verkaufs- und Belieferungsflächen für alle umweltbezogenen Kennzahlen sind Jahresdurchschnittswerte. Lebensmittelabfälle sind dabei für den menschlichen Verzehr bestimmte Lebensmittel inklusive nicht verzehrbare Teile dieser Lebensmittel, die aus der Lebensmittelversorgungskette entfernt werden, um verwertet oder entsorgt zu werden. Nahrungsergänzungsmittel sowie Lebensmittelspenden werden nicht unter der Kennzahl der Lebensmittelabfälle berichtet.

Erläuterung: Die Kennzahl Lebensmittelabfälle zeigt abweichend zu anderen Kennzahlen im Kapitel Klima + CO₂ aufgrund von Datenverfügbarkeit nur das Basisjahr 2017/18 sowie das Berichtsjahr 2022/23. Sie deckt die folgenden METRO Gesellschaften und Länder u.a. aufgrund von Datenverfügbarkeit und Veränderungen im Konsolidierungskreis sowohl im Basisjahr als auch im

Berichtsjahr nicht ab: Belgien, Indien, Pro à Pro Frankreich und Pro a Pro Spanien, Aviludo, Classic Fine Foods, JHB, Österreich (AGM) und METRO MARKETS. Zudem wurden die Daten des Basisjahres 2017/18 für Deutschland, Bulgarien, Kroatien und Rumänien angepasst. Bisher lagen dort keine adäquaten Daten vor, daher wurde u.a. auf Basis der Umsatzentwicklung eine pauschale Rückrechnung vorgenommen bzw. aufgrund einer rückwirkenden Qualitätsprüfung angepasst. Für die Kennzahl waren teilweise Hochrechnungen und Schätzungen der Verbrauchsdaten notwendig, sofern Primärdaten nur teilweise vorliegen.

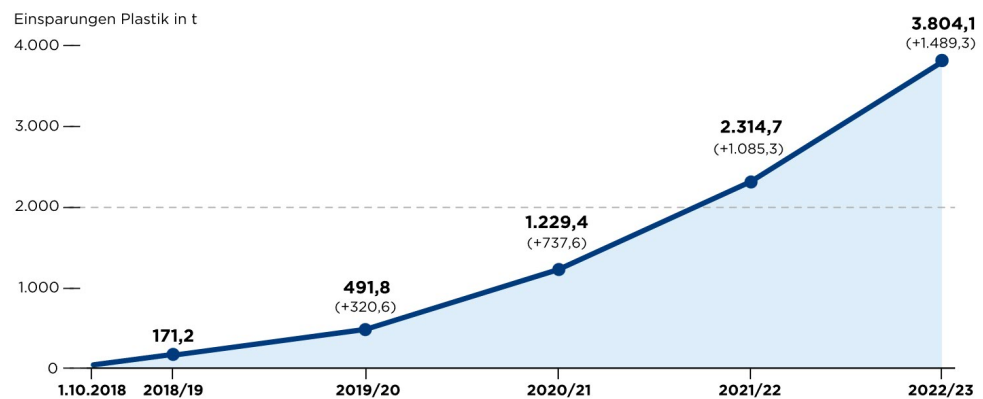
Ziel: METRO hat sich im Einklang mit der Resolution zur Lebensmittelverschwendung des Consumer Goods Forum (CGF) das Ziel gesetzt, bis 2025 die im eigenen Geschäftsbetrieb anfallenden Lebensmittelverluste um 50 % zu reduzieren. Das Geschäftsjahr 2017/18 dient als Basis für dieses Ziel. Unser Anspruch ist es, die Fortschritte in Übereinstimmung mit den Anforderungen des Food-Loss-and-Waste-Protokolls zu messen, zu überwachen und zu berichten.

PLASTIKREDUZIERUNG BEI VERPACKUNGEN VON EIGENMARKENPRODUKTEN *

-3.804

Eingesparte Menge Plastik in Tonnen im Vergleich zum Gesamtziel 2.000t (in t)

METRO



■ Eingesparte Menge Plastik in t (Differenz zum Vorjahr) im Vergleich zum Gesamtziel 2.000 t

Erläuterung: Eingesparte Mengen reiner und recycelter konventioneller Kunststoffverpackungen von Eigenmarkenprodukten.

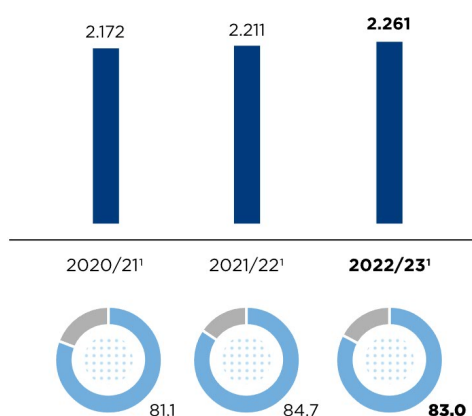
Ziel: 2.000 t eingespartes Plastik in Verpackungen von Eigenmarkenprodukten bis 30. September 2023 bezogen auf die Ausgangsbasis 1. Oktober 2018. Zu Ende September 2022 wurde das Einsparziel von 2.000 t bereits übererfüllt. Zu Ende September 2023 wurde das Einsparziel von 2.000 t sogar fast verdoppelt. Daher haben wir uns ein neues Einsparziel von 10.000 t bis 30. September 2030 bezogen auf das Basisjahr 2021/22 gesetzt.

*Für diese Nachhaltigkeitsinformationen erfolgte keine Prüfung nach ISAE 3000 durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

PVC AUSSTIEG BEI VERPACKUNGEN VON EIGENMARKEN-PRODUKTEN *



METRO



- Anzahl PVC befreiter Verpackungen von Eigenmarkenprodukten
- Anteil PVC befreiter Verpackungen von Eigenmarkenprodukten (in %)²

¹Anzahl der Länder: alle 18 Länder + METRO AG Corporate + alle 4 International Trading Offices (ITOs)

²Im Vergleich zur Gesamtzahl der potenziell PVC-haltigen Verpackungen bei Produkten

Erläuterung: Polyvinylchlorid (PVC) in Verpackungen von Eigenmarkenprodukten auf allen Verpackungsebenen (Primär-, Sekundär- und Tertiärverpackung).

- Unter Primärverpackungen versteht man Verpackungen, die so konzipiert sind, dass sie am Ort des Kaufs eine Verkaufseinheit für den Endverbraucher oder Konsumenten bilden.
- Sekundärverpackungen sind Verpackungen, die so konzipiert sind, dass sie am Ort des Kaufs eine Gruppierung einer bestimmten Anzahl von Verkaufseinheiten bilden.

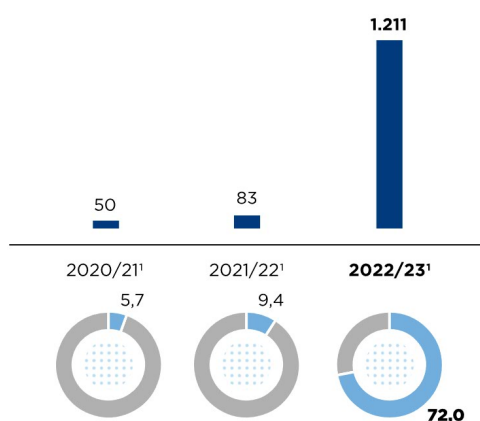
- Tertiärverpackungen sind Verpackungen, die so konzipiert sind, dass sie die Handhabung und den Transport einer Reihe von Verkaufseinheiten oder zusammengefassten Verpackungen erleichtern, um physische Handhabungs- und Transportschäden zu vermeiden.

Ziel: 100 % bis 30. September 2023 bezogen auf das Basisjahr 2018/19. Der Ausstieg aus PVC war in den Kategorien Non-Food und Near Food erfolgreich. Die größte Herausforderung besteht in den Lebensmittelkategorien, wo die Marktverfügbarkeit von Alternativen eine Herausforderung darstellt. Mit Ablauf des Ziels 2023 haben wir unser 100 % Ausstiegsziel daher bis 30. September 2030 erneuert, bezogen auf das Basisjahr 2021/22. Um unser Ziel zu erreichen, arbeiten wir mit Lieferanten an der Umsetzung alternativer Lösungen.

*Für diese Nachhaltigkeitsinformationen erfolgte keine Prüfung nach ISAE 3000 durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

EPS AUSSTIEG BEI VERPACKUNGEN VON EIGENMARKENPRODUKTEN*

METRO



- Anzahl EPS befreiter Verpackungen von Eigenmarkenprodukten
- Anteil EPS befreiter Verpackungen von Eigenmarkenprodukten (in %)²

¹Anzahl der Länder: alle 18 Länder + METRO AG Corporate + alle 4 ITOs

²Im Vergleich zur Gesamtzahl der Verpackungen von Produkten, die potenziell EPS enthalten

Erläuterung: Expandiertes Polystyrol (EPS) in Verpackungen von Eigenmarkenprodukten auf allen Verpackungsebenen (Primär-, Sekundär- und Tertiärverpackung).

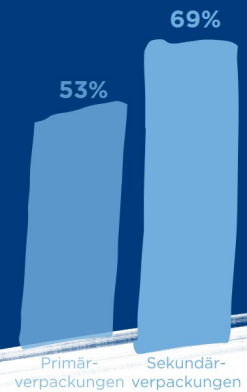
- Unter Primärverpackungen versteht man Verpackungen, die so konzipiert sind, dass sie am Ort des Kaufs eine Verkaufseinheit für den Endverbraucher oder Konsumenten bilden.
- Sekundärverpackungen sind Verpackungen, die so konzipiert sind, dass sie am Ort des Kaufs eine Gruppierung einer bestimmten Anzahl von Verkaufseinheiten bilden.

- Tertiärverpackungen sind Verpackungen, die so konzipiert sind, dass sie die Handhabung und den Transport einer Reihe von Verkaufseinheiten oder zusammengefassten Verpackungen erleichtern, um physische Handhabungs- und Transportschäden zu vermeiden.

Ziel: 100 % bis zum 30. September 2023, bezogen auf das Basisjahr 2018/19. Bei den Boxen für ultrafrischen Fisch und große Gastrogeräte in den Non-Food-Kategorien stehen wir vor der Herausforderung, geeignete Alternativen zu finden. Nach Ablauf des Ziels für 2023 haben wir daher unser Ziel eines 100%igen Ausstiegs bis zum 30. September 2030 im Vergleich zum Basisjahr 2021/22 erneuert. Um unser Ziel zu erreichen und Schäden zu vermeiden oder Lebensmittelverschwendung zu reduzieren, arbeiten wir mit Lieferanten und der Verpackungsindustrie zusammen, um an alternativen Lösungen zu arbeiten.

*Für diese Nachhaltigkeitsinformationen erfolgte keine Prüfung nach ISAE 3000 durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

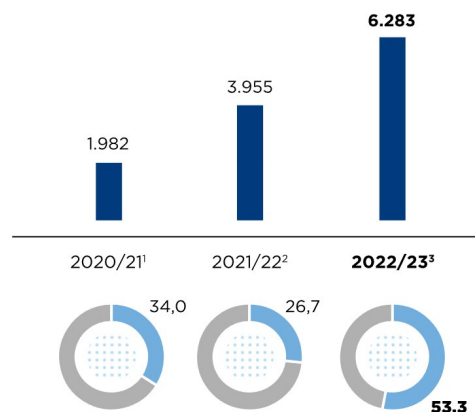
FSC®/PEFC- ZERTIFIZIERTE VERPACKUNGEN VON EIGENMARKEN- PRODUKTEN*



Anteil der FSC®/PEFC-zertifizierten Verpackungen von Eigenmarkenprodukten in %

Papier, Karton und Holz in Primärverpackungen von Eigenmarkenprodukten

METRO



- Anzahl der FSC®/PEFC-zertifizierten Verpackungen von Eigenmarkenprodukten
- Anteil der FSC®/PEFC-zertifizierten Verpackungen von Eigenmarkenprodukten (in %)⁴

¹Anzahl der Länder, die Daten liefern 2020/21: 13 Länder + METRO AG Corporate + 4 ITOs von 18 Ländern + METRO AG Corporate + 4 ITOs

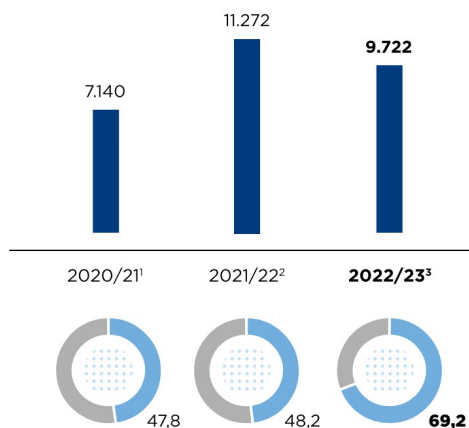
²Anzahl der Länder, die Daten liefern 2021/22: 16 Länder + METRO AG Corporate + 4 ITOs von 18 Ländern + METRO AG Corporate + 4 ITOs

³Anzahl der Länder, die Daten liefern 2022/23: 18 Länder + METRO AG Corporate + 4 ITOs von 18 Ländern + METRO AG Corporate + 4 ITOs

⁴Im Vergleich zur Gesamtzahl der Eigenmarkenverpackungen aus Papier/Pappe/Holz

Papier, Karton und Holz in Sekundärverpackungen von Eigenmarkenprodukten

METRO



■ Anzahl der FSC®/PEFC-zertifizierten Verpackungen von Eigenmarkenprodukten

■ Anteil der FSC®/PEFC-zertifizierten Verpackungen von Eigenmarkenprodukten (in %)⁴

¹Anzahl der Länder, die Daten liefern 2020/21: 13 Länder + METRO AG Corporate + 4 ITOs von 18 Ländern + METRO AG Corporate + 4 ITOs

²Anzahl der Länder, die Daten liefern 2021/22: 16 Länder + METRO AG Corporate + 4 ITOs von 18 Ländern + METRO AG Corporate + 4 ITOs

³Anzahl der Länder, die Daten liefern 2022/23: 18 Länder + METRO AG Corporate + 4 ITOs von 18 Ländern + METRO AG Corporate + 4 ITOs

⁴Im Vergleich zur Gesamtzahl der Eigenmarkenverpackungen aus Papier/Pappe/Holz

Erläuterung: Forest Stewardship Council® (FSC®) / Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC) Zertifizierung für alle Verpackungen von Papier, Pappe, Karton und Holz-Eigenmarkenprodukten auf Primär- und Sekundärverpackungsebene. Da die Bewertung aller Unternehmen im Vergleich zu den Vorjahren abgeschlossen ist, hat sich die Zahl der Verpackungen, für die diese Kennzahl gilt, zwar erhöht, aber der Anteil der zertifizierten Verpackungen hat sich nicht proportional erhöht, da die Verbesserungen bei den neu bewerteten Verpackungen noch nicht eingetreten sind.

- Primärverpackungen sind Verpackungen, die so konzipiert sind, dass sie eine Verkaufseinheit für den Endverbraucher am Ort des Kaufs darstellen.
- Sekundärverpackungen sind Verpackungen, die so konzipiert sind, dass sie am Ort des Kaufs eine Gruppierung einer bestimmten Anzahl von Verkaufseinheiten bilden.

Ziel: 100 % bis zum 30. September 2023, bezogen auf das Basisjahr 2018/19. Ab dem 1. Oktober 2021 wurde das Ziel aktualisiert und umfasst neben der FSC®/PEFC-Zertifizierung auch einen Recyclinganteil von mindestens 70 % bei Verpackungen der Eigenmarke. Aufgrund des allgemeinen Anstiegs des Bedarfs an Verpackungen im Anwendungsbereich dieses Ziels stehen wir vor Herausforderungen mit der Verfügbarkeit von zertifiziertem oder recyceltem Material. Nach Ablauf des Ziels für 2023 haben wir daher unser 100% Ziel bis zum 30. September 2030 erneuert, basierend auf dem Basisjahr 2021/22.

*Für diese Nachhaltigkeitsinformationen erfolgte keine Prüfung nach ISAE 3000 durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

KLIMA + CO₂

ETHISCHES VERHALTEN +
VERTRAUEN

GLEICHBERECHTIGUNG,
INKLUSION + WOHLBEFINDEN

GESELLSCHAFTLICHES
ENGAGEMENT

LOST TIME INJURY FREQUENCY RATE (LTIFR)

Pro 1 Mio. Arbeitsstunden

6,6



ANZAHL GESUNDER UND NÄHRSTOFF- REICHER PRODUKTE



RISIKO- BEHAFTETE EIGENMARKEN- PRODUZENTEN

Anzahl Non-Food

492



SOZIALAUDITS

Bezogen auf Eigenimporte durch
METRO SOURCING und Non-Food-
Eigenmarken der Vertriebslinien
von METRO, bestandene Audits



100 %

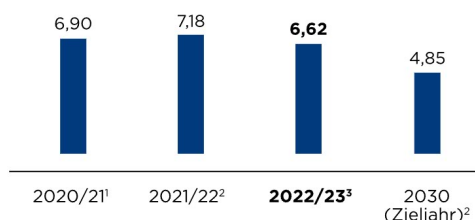


LOST TIME INJURY FREQUENCY RATE (LTIFR)

6,6

Pro 1 Mio. Arbeitsstunden

METRO Länder



¹ Die Kennzahl deckt die METRO Gesellschaft Belgien aufgrund von Veränderungen im Konsolidierungskreis nicht mit ab.

² Die Kennzahl deckt die METRO Gesellschaft Belgien aufgrund von Veränderungen im Konsolidierungskreis nicht mit ab und weicht daher von der Darstellung dieser Kennzahl im Vorjahresbericht ab.

³ Die Kennzahl deckt die METRO Gesellschaften Japan und Belgien aufgrund von Veränderungen im Konsolidierungskreis nicht mit ab und weicht daher von der Darstellung dieser Kennzahl im Vorjahresbericht ab.

Definition: Die LTIFR erfasst die Anzahl der Unfälle mit mindestens 1 Tag Ausfallzeit (ohne den Unfalltag) pro 1 Mio. Arbeitsstunden. Todesfälle und anhaltende Arbeitsunfähigkeit bzw. Behinderung sind hierbei ebenfalls eingeschlossen, Wegeunfälle hingegen nicht.

Erläuterung: Sicherheit hat für METRO stets höchste Priorität. Unsere Strategie zur Betriebssicherheit zielt darauf ab, das Bewusstsein der Mitarbeiter zu schärfen, dass jeder Einzelne Verantwortung für die Betriebssicherheit trägt und dazu beiträgt, Gefahren zu beseitigen und zu vermeiden. Unterstützt wird dies durch ein transparentes konzernweites Berichtswesen, in dem wir alle Vorfälle, Beinaheunfälle und Nichtkonformitäten dokumentieren.

ANZAHL GESUNDER UND NÄHRSTOFFREICHER PRODUKTE



Anzahl Produkte ¹	2020/21	2021/22	↓ Download .xls
			2022/23
Weniger Zucker/Salz/gesättigte Fettsäuren/frei von Zusatzstoffen	593	827	998
Bioprodukte	430	519	475
Produkte mit alternativen Proteinquellen	14	39	39

¹ Wir definieren als Produkt jedes einzelne Produkt, das unseren Kunden angeboten wird. Manchmal haben identische Produkte in den verschiedenen Ländern, in denen sie verkauft werden, unterschiedliche GTINs (Global Trade Item Number als eindeutige Identifizierungsnummer). In solchen Fällen werden diese identischen Produkte nur einmal gezählt. Außerdem kann es sein, dass ein Produkt zugleich mehrere Anwendungsbereiche dieser Kennzahl aufweist, z. B. zuckerreduziert und Bio-zertifiziert ist. Auch in diesen Fällen, wird das Produkt nur einmal gezählt.

Erläuterung: Die hier gezeigten Zahlen beziehen sich auf das Basisjahr 2018 und betreffen ausschließlich Eigenmarkenprodukte. Sie umfassen auch Erweiterungen der Produktpalette und nicht notwendigerweise nur eine Reformulierung der bestehenden Produkte.

METRO Belgien und Indien sind aufgrund von Änderungen im Konsolidierungskreis nicht in der Kennzahl enthalten. Des Weiteren enthalten die Kennzahlen der vergangenen zwei Jahre rückwirkende Meldungen der Landesgesellschaften Italien und Frankreich. Die Zahlen aus den Vorjahren wurden daher rückwirkend angepasst, so dass die in diesem Bericht nicht mit den in früheren Berichten ausgewiesenen Daten übereinstimmen.

Reformulierung bedeutet hier eine Reduzierung des Zucker-/Salz-/gesättigte Fettsäuregehalts um mindestens 0,1 g pro 100 g bei Produkten mit einem Mindestgehalt von 0,5 g Zucker/gesättigte Fettsäuren pro 100 g oder 1 g Salz pro 100 g.

Bioprodukte im Sinne dieser Angabe beziehen sich auf Produkte aus biologischer Landwirtschaft, die die Anforderungen der EU-Verordnungen (EU 834/2007, EU 889/ 2008 und EU 271/2010) und anderer anwendbarer nationaler Bio-Verordnungen von Nicht-EU-Ländern erfüllen.

Produkte mit alternativen Proteinquellen im Sinne dieser Angabe beziehen sich auf Alternativen zu tierischen Proteinen (Fleisch, Milch, Fisch, Eier und deren Derivate), die mit Hilfe neuartiger oder neuer Technologien und Inhaltsstoffe hergestellt werden, darunter: Pflanzenextrakte, z.B. Erbsenproteine, Zellkulturen (synthetische) Proteine, z.B. im Labor gezüchtetes Fleisch.

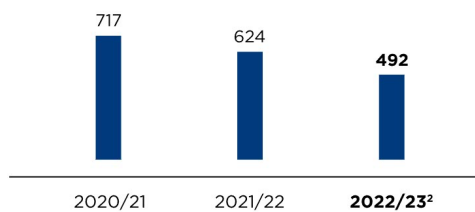
Ziel 2023: METRO-weites Angebot von 1.500 Eigenmarkenprodukten (davon 150 aus zentralen Einkaufsgesellschaften und 1.350 aus lokalem Einkauf) mit weniger Zucker, Salz und gesättigten Fettsäuren, ganz oder teilweise frei von Zusatzstoffen und Bio-zertifizierten Produkte und/oder Produkte mit alternativen Proteinquellen bis Ende Dezember 2023.

RISIKOBEHAFTETE EIGENMARKENPRODUZENTEN

492

Anzahl Non-Food

Risikobehaftete Non-Food Eigenmarken-Produzenten¹ (Anzahl)



¹ Erfasst sind hierbei Eigenmarken-Produzenten für Handelsware (Non-Food-Eigenmarken sowie -Eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt durchführen.

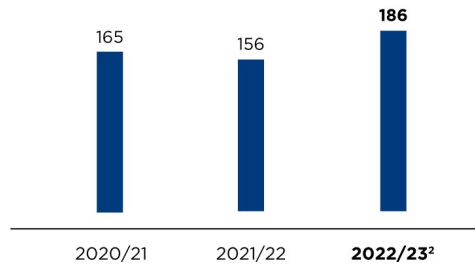
Risikobehaftete Eigenmarken-Produzenten für Non-Food werden anhand der folgenden Kriterien (und/oder) bewertet:

I. Inhärentes Risiko - Produzenten mit Sitz in einem Risikoland nach amfori BSCI

II. Faktenbasiertes Risiko - Kritische Vorfälle (auf Standort- oder Arbeiterebene) (negative Presse, Historie schlechter Auditergebnisse, lokale Gewerkschaftsberichte, NGO-Berichte)

² Die Kennzahl deckt die folgenden METRO Gesellschaften und Länder u.a. aufgrund von Datenverfügbarkeit und Veränderungen im Konsolidierungskreis im Berichtsjahr nicht ab: Belgien, Indien, Japan, Portugal, Russland und Ukraine.

Risikobehaftete Food/Near-Food Eigenmarken-Produzenten¹ (Anzahl)



¹ Risikobehaftete Eigenmarken-Produzenten für Near-Food werden anhand der folgenden Kriterien (und/oder) bewertet:

I. Inhärentes Risiko – Produzenten mit Sitz in einem Risikoland nach amfori BSCI

II. Faktenbasiertes Risiko – Kritische Vorfälle (auf Standort- oder Arbeiterebene) (negative Presse, Historie schlechter Auditergebnisse, lokale Gewerkschaftsberichte, NGO-Berichte)

Risikobehaftete Eigenmarken-Produzenten für Food werden nachfolgenden Kriterien (und/oder) betrachtet:

I. Inhärentes Risiko

a. Produzenten mit Sitz in einem Risikoland

b. Produzenten, die Produkte aus den folgenden Warengruppen und/oder in einem bestimmten Sektor/Industriezweig produzieren unabhängig vom Risikostatus des Produktionslandes:

1. Fisch und Meeresfrüchte (Fischerei- und Aquakulturbetriebe, sofern das Boot über 24 Meter Länge hat und mehr als 72 Stunden in Folge auf See ist bzw. der Aquakulturbetrieb in einem Risikoland liegt.)

2. Fleisch (Schlachthöfe und Verarbeitungsbetriebe)

3. Obst und Gemüse (Farmebene, wenn hier typischerweise Leih-/Saisonarbeiter mit Migrationshintergrund/Gastarbeiter/Arbeitsmigranten arbeiten)

4. Kaffee (Farmebene) → alle Herkunftsländer

5. Kakao (Farmebene) → alle Herkunftsländer

6. Soja (Tier 1) (Farmebene) → alle Herkunftsländer aus Regenwald-Entwaldungsgebieten

7. Palmöl (Tier 1) (Farmebene) → alle Herkunftsländer aus Regenwald-Entwaldungsgebieten Es müssen alle Prozessschritte (ultra)-frisch, verarbeitet, konserviert und gefroren berücksichtigt werden. Dies betrifft Produkte, bei denen der Rohstoff Hauptzutat ist (erste oder zweite Erwähnung in der Zutatenliste). Zusätzlich werden Produzenten geprüft, die Produkte herstellen mit:

8. Palmöl als Zutat

9. Soja als Tierfutter

c. Governance & Organisationsstrukturen: Belegschaft hauptsächlich Frauen oder Migranten oder Saison-/Zeitarbeiter oder Arbeiter ohne feste oder reguläre Verträge

II. Faktenbasiertes Risiko – Kritische Vorfälle (auf Standort- oder Arbeiterebene) (negative Presse, schlechte Audit-Ergebnisse in der Vergangenheit, lokale Gewerkschaftsberichte, NRO-Berichte)

² Die Kennzahl deckt die folgenden METRO Gesellschaften und Länder u.a. aufgrund von Datenverfügbarkeit und Veränderungen im Konsolidierungskreis im Berichtsjahr nicht ab: Belgien, Indien, Japan, Portugal, Russland und Ukraine.



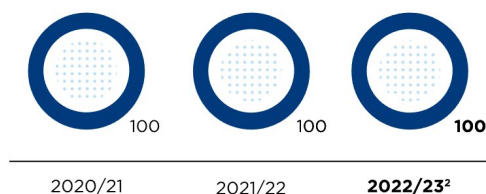
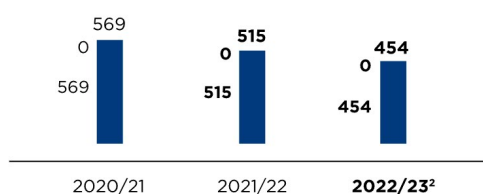
100 %

Bezogen auf Eigenimporte durch METRO SOURCING und Non-Food-Eigenmarken der Vertriebslinien von METRO, bestandene Audits

Sozialaudits, bezogen auf Eigenimporte durch METRO SOURCING und Non-Food-Eigenmarken der Vertriebslinien von METRO

Risikobehaftete Non-Food Eigenmarken-Produzenten¹ mit gültigem Audit (Anzahl)

davon mit bestandenem Audit (in %)



■ davon mit bestandenem Audit ■ davon mit nicht bestandenem Audit

¹ Erfasst sind hierbei Eigenmarken-Produzenten für Handelsware (Non-Food-Eigenmarken sowie -Eigenimporte), die den letzten maßgeblichen und wertgebenden Produktionsschritt durchführen. Bezüglich der Definition von „risikobehaftet“ siehe Fußnote 1 des KPI Risikobehaftete Non-Food Eigenmarken-Produzenten.

² Die Kennzahl deckt die folgenden METRO Gesellschaften und Länder u.a. aufgrund von Datenverfügbarkeit und Veränderungen im Konsolidierungskreis im Berichtsjahr nicht ab: Belgien, Indien, Japan, Portugal, Russland und Ukraine.

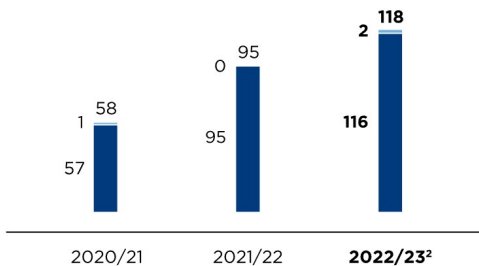
Definition: Status aller risikobehafteten Eigenmarken-Produzenten, in denen METRO SOURCING INTERNATIONAL Importware herstellen lässt, und von risikobehafteten Non-Food Produzenten, die für unsere Vertriebslinien Eigenmarken oder Eigenimporte herstellen. Bezüglich der Definition von „risikobehaftet“ siehe Fußnote 1 des KPI Risikobehaftete Non-Food Eigenmarken-Produzenten. Fabriken mit bestandenem Audit können die erfolgreiche Umsetzung des amfori BSCI- oder eines äquivalenten Sozialstandardsystems durch das Zertifikat unabhängiger Dritter nachweisen.

Erläuterung: Zum 30. September 2023 waren 454 Produzenten auditiert. Davon haben 100 % (454 Produzenten) das Audit bestanden. Non-Food Eigenmarken-Produzenten, die das Audit nicht bestehen, können seit dem 1. Januar 2019 nicht beauftragt werden bis sie ein akzeptables Auditergebnis, d.h. für die amfori BSCI mindestens ein A-, B- oder C-Auditergebnis oder eines der als äquivalent zugelassenen Audits nachweisen.

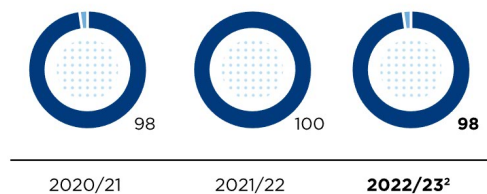
Die Kennzahl bezieht sich auf alle uns durch unsere Eigenmarken-Lieferanten bekannt gemachten Produzenten.

Sozialaudits, bezogen auf Eigenimporte durch METRO SOURCING und Food/Near-Food-Eigenmarken der Vertriebslinien von METRO

Risikobehaftete Food/Near-Food Eigenmarken-Produzenten mit gültigem Audit (Anzahl)



davon mit bestandenem Audit (in %)



■ davon mit bestandenem Audit ■ davon mit nicht bestandenem Audit

¹ Bezüglich der Definition von „risikobehaftet“ siehe Fußnote 1 des KPI Risikobehaftete Food/Near-Food Eigenmarken-Produzenten.

² Die Kennzahl deckt die folgenden METRO Gesellschaften und Länder u.a. aufgrund von Datenverfügbarkeit und Veränderungen im Konsolidierungskreis im Berichtsjahr nicht ab: Belgien, Indien, Japan, Portugal, Russland und Ukraine.

Definition: Status aller risikobehafteten Eigenmarken-Produzenten, in denen METRO FOOD SOURCING Importware produzieren lässt, und von risikobehafteten Food/Near-Food Produzenten, die für unsere Vertriebslinien Eigenmarken oder Eigenimporte produzieren. Bezüglich der Definition von „risikobehaftet“ siehe Fußnote 1 des KPI Risikobehaftete Food/Near-Food Eigenmarken-Produzenten. Produzenten mit bestandenem Audit können die erfolgreiche Umsetzung des amfori BSCI- oder eines äquivalenten Sozialstandardsystems durch das Zertifikat unabhängiger Dritter nachweisen.

Erläuterung: Die Einführung des Prozesses für Food/Near-Food Eigenmarken-Produzenten startete Ende 2019. Zum 30. September 2023 waren 118 Eigenmarken-Produzenten auditiert. Davon haben 98 % (116 Produzenten) das Audit bestanden. Um eine schrittweise Eingliederung unserer Eigenmarken-Produzenten in ein Sozialstandard-System wie amfori BSCI oder ein als gleichwertig anerkanntes Auditsystem zu ermöglichen, werden alle Auditergebnisse akzeptiert und genau überwacht.

Die Kennzahl bezieht sich auf alle uns durch unsere Eigenmarken-Lieferanten bekannt gemachten Produzenten.

KLIMA + CO₂

ETHISCHES VERHALTEN +
VERTRAUEN

GLEICHBERECHTIGUNG,
INKLUSION + WOHLBEFINDEN

GESELLSCHAFTLICHES
ENGAGEMENT

MITARBEITER

Auf Vollzeitbasis

84.336



FRAUEN IN MINT- POSITIONEN

In %

25,8



MITARBEITER VIELFALT



MITARBEITER MIT ANERKANTER SCHWER- BEHINDERUNG ODER IHNEN GLEICH- GESTELLTE



TEILZEITQUOTE NACH GESCHLECHT

Teilzeitquote (in % aller
Mitarbeiter)

14,2

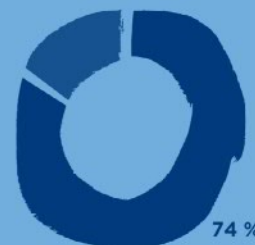


FLUKTUATION



ARBEITNEHMER- VERTRETUNG

Anteil über
Arbeitsnehmervertreter
abgedeckter Mitarbeiter in %



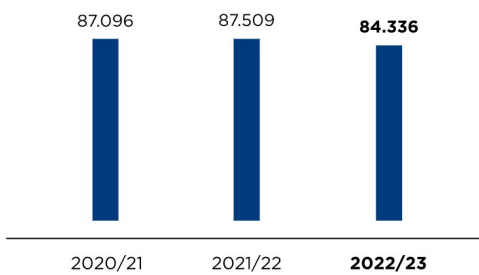


MITARBEITER

84.336

Auf Vollzeitbasis

METRO



Deutschland



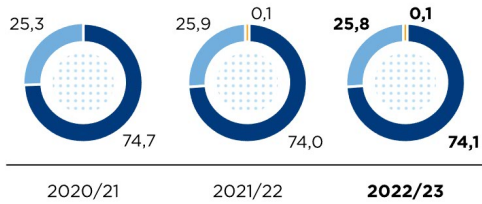
Definition: Mitarbeiter auf Vollzeitbasis im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

FRAUEN IN MINT-POSITIONEN

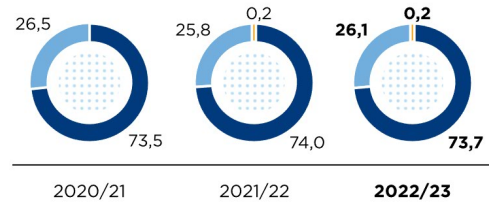
25,8

In %

METRO



Deutschland



■ Anteil Männer in % ■ Anteil Frauen in % ■ Anteil Divers in %

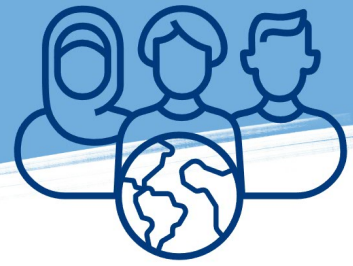
Definition: Alle Mitarbeiter¹ in funktionellen Rollen in den Ingenieurs- und/oder F&E-Abteilungen des Unternehmens zum Geschäftsjahresende. Ausgenommen sind Auftragnehmer und vertragliche Mitarbeiter.

Repräsentativ für mindestens 80 % der Gesamtbelegschaft.

Zu den Ingenieurs- oder F&E-Funktionen gehören unter anderem Ingenieure, Softwareentwickler, Ingenieure für Softwarequalität, Infrastrukturingenieure, Systemingenieure und Hardwareingenieure.

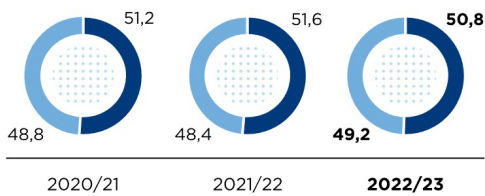
¹ Die Berechnung des Anteils der Geschlechter erfolgt in drei Kategorien (weiblich, männlich, divers). Ab FY 2021/22 wurde erstmals ein Mitarbeiter systemseitig mit der Kategorie divers erfasst.

MITARBEITER VIELFALT

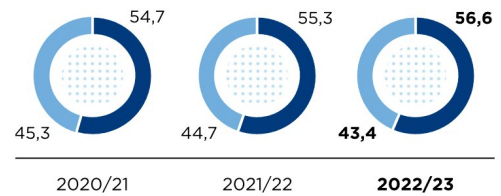


Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland

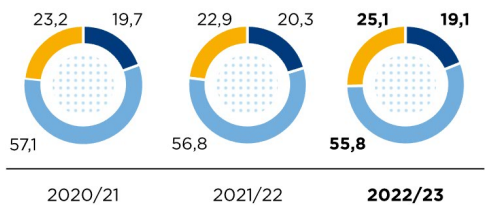


■ Anteil Männer in % ■ Anteil Frauen in %

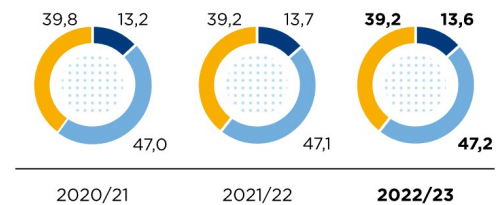
Definition: Berechnet wird der Anteil weiblicher, männlicher und diverser¹ Mitarbeiter nach Köpfen zum 30. September.

Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)

METRO



Deutschland

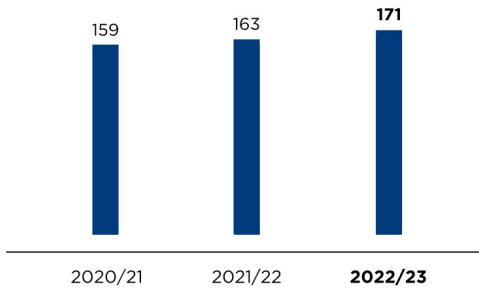


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

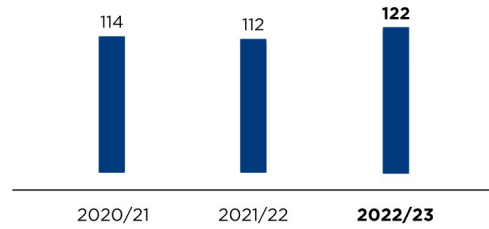
Definition: Verteilung der Mitarbeiter auf Altersgruppen ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

Anzahl Nationalitäten

METRO



Deutschland

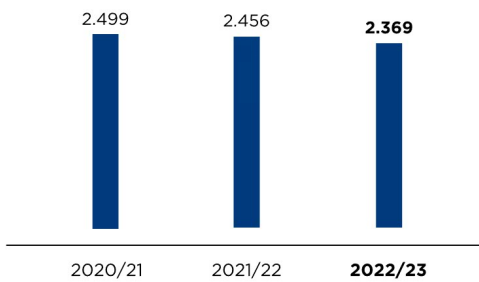


Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Mitarbeiter ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

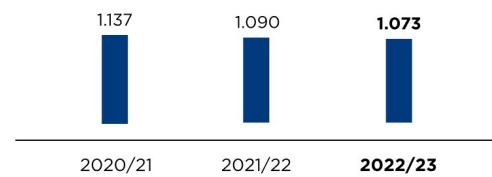
¹ Die Berechnung des Anteils der Geschlechter erfolgt in drei Kategorien (weiblich, männlich, divers). Die Kategorie divers kann nicht gesondert dargestellt werden, da der Anteil an der Gesamtbelegschaft unter 0,01 % liegt. Ab FY 2021/22 wurde erstmals ein Mitarbeiter systemseitig mit der Kategorie divers erfasst.

MITARBEITER MIT ANERKANNTER SCHWERBEHINDERUNG ODER IHNEN GLEICHGESTELLTE

METRO



Deutschland



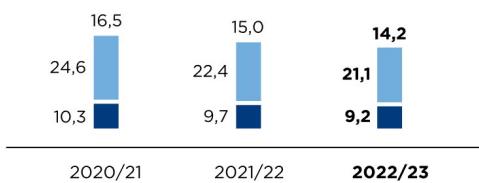
Definition: Alle Mitarbeiter, die gemäß Definition des jeweiligen Landes als schwerbehindert gelten, bzw. ihnen Gleichgestellte.

TEILZEITQUOTE NACH GESCHLECHT

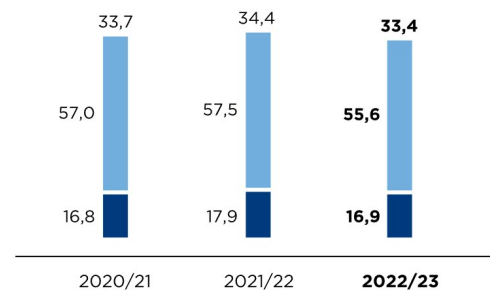
14,2

Teilzeitquote (in % aller Mitarbeiter)

METRO



Deutschland



- Teilzeitquote Männer (in % aller Männer)
- Teilzeitquote Frauen (in % aller Frauen)
- Teilzeitquote (in % aller Mitarbeiter)

Definition: Quote der in Teilzeit beschäftigten Mitarbeiter¹ im Jahresdurchschnitt ohne Auszubildende.

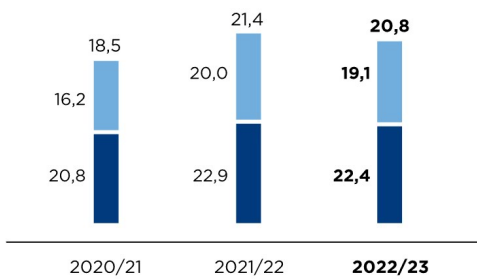
Die Berechnung des Anteils der Geschlechter erfolgt in drei Kategorien (weiblich, männlich, divers). Die Kategorie divers kann nicht gesondert dargestellt werden, da der Anteil an der Gesamtbelegschaft unter 0,01 % liegt. Ab FY 2021/22 wurde erstmals ein Mitarbeiter systemseitig mit der Kategorie divers erfasst.

FLUKTUATION



Fluktuation nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland

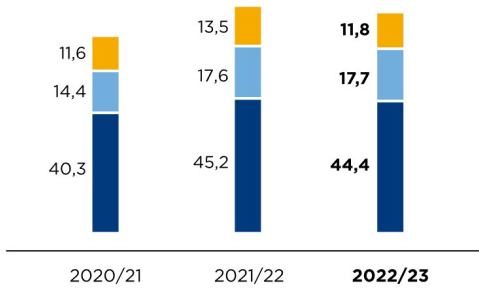


■ Fluktuation Männer (in % aller Männer) ■ Fluktuation Frauen (in % aller Frauen)
Fluktuation Gesamt (in % aller Mitarbeiter)

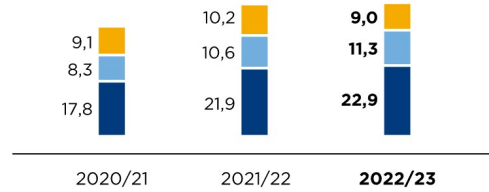
Definition: Unter Fluktuation sind alle Abgänge von Mitarbeitern durch Ausscheiden in den Ruhestand, Tod oder Kündigung zusammengefasst. Die Fluktuationsrate¹ bezieht die Zahl dieser Abgänge auf den durchschnittlichen Personalbestand. Berücksichtigt werden alle Mitarbeiter in unbefristeten Arbeitsverhältnissen.

Fluktuation nach Alter (in %)

METRO



Deutschland

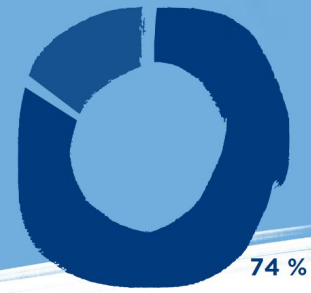


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

Definition: Abgänge von Mitarbeitern durch Ausscheiden in den Ruhestand, Tod oder Kündigung nach Alter. Die Fluktuationsrate bezieht die Zahl der Abgänge auf den durchschnittlichen Personalbestand.

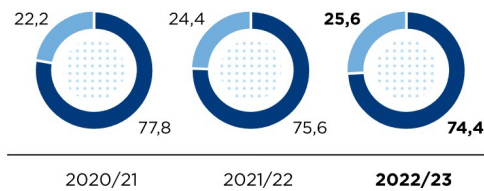
Die Berechnung des Anteils der Geschlechter erfolgt in drei Kategorien (weiblich, männlich, divers). Die Kategorie divers kann nicht gesondert dargestellt werden, da der Anteil an der Gesamtbelegschaft unter 0,01 % liegt. Ab FY 2021/22 wurde erstmals ein Mitarbeiter systemseitig mit der Kategorie divers erfasst.

ARBEITNEHMER- VERTRETUNG



Anteil über Arbeitsnehmervertreter abgedeckter Mitarbeiter in %

METRO

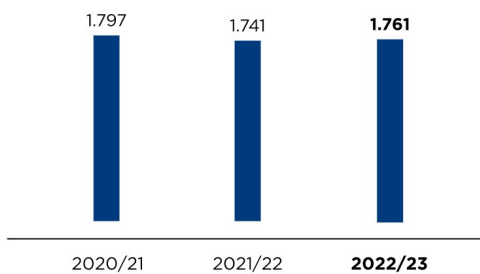


- Anteil über Arbeitsnehmervertreter abgedeckter Mitarbeiter (%)
- Anteil nicht abgedeckter Mitarbeiter (%)

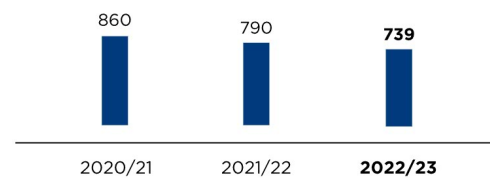
Definition: Anteil der Mitarbeiter, die durch Betriebsräte, Arbeitsnehmervertreter, eine unabhängige Gewerkschaft vertreten werden oder deren Interessen über Tarifverträge abgedeckt sind

ANZAHL AUSZUBILDENDE, PRAKTIKANTEN UND STUDENTEN

METRO

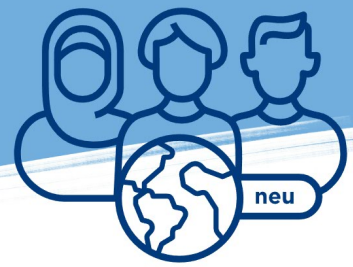


Deutschland



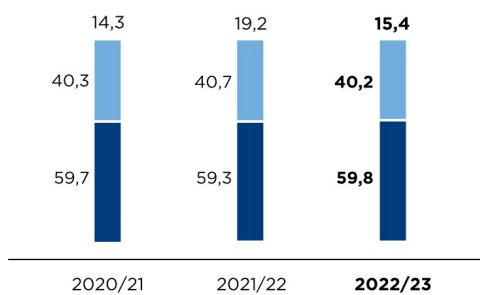
Definition: Alle Auszubildenden inklusive Praktikanten und Studenten.

NEUE MITARBEITER - VIELFALT

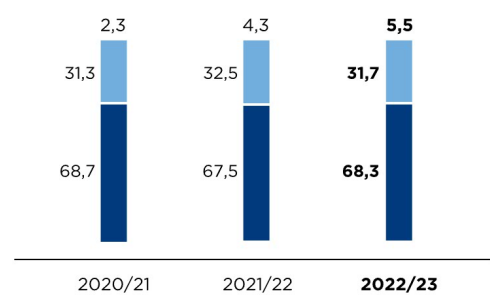


Neue Mitarbeiter nach Geschlecht (in %)

METRO



Deutschland



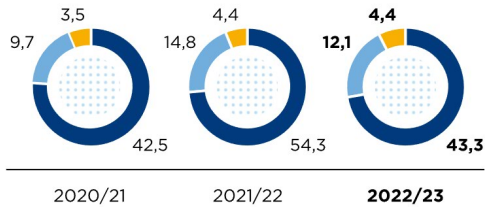
- Anteil Männer
- Anteil Frauen

Anteil neue Mitarbeiter an gesamten Mitarbeitern

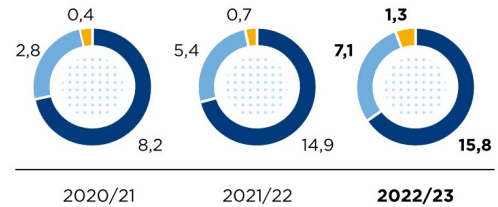
Definition: Unter Neue Mitarbeiter¹ sind alle Eintritte und Wiedereintritte von Mitarbeitern zusammengefasst. Die Kennzahl bezieht die Zahl der Eintritte auf den durchschnittlichen Personalbestand. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.

Neue Mitarbeiter nach Altersgruppen (in %)

METRO



Deutschland

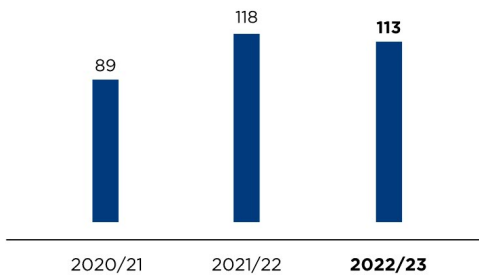


■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

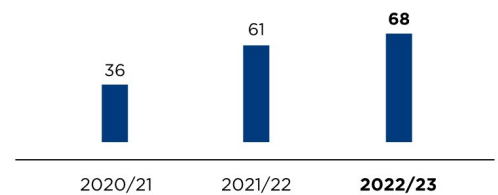
Definition: Verteilung der neu eingetretenen Mitarbeiter auf Altersgruppen im Jahresdurchschnitt. Nicht berücksichtigt sind Auszubildende, Praktikanten, BA-Studenten, Personen mit befristeten Arbeitsverträgen.

Neue Mitarbeiter Anzahl Nationalitäten

METRO



Deutschland

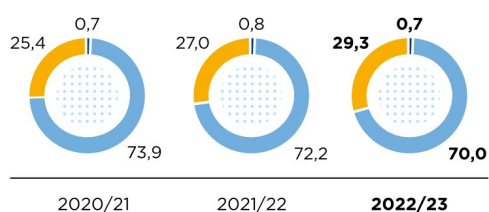


Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Mitarbeiter ohne Auszubildende zum Stichtag 30. September.

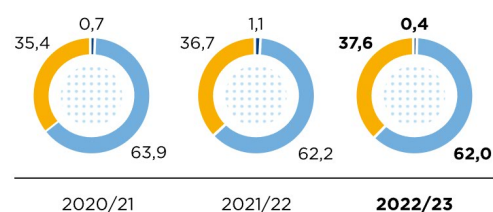
¹ Die Berechnung des Anteils der Geschlechter erfolgt in drei Kategorien (weiblich, männlich, divers). Die Kategorie divers kann nicht gesondert dargestellt werden, da der Anteil an der Gesamtbelegschaft unter 0,01 % liegt. Ab FY 2021/22 wurde erstmals ein Mitarbeiter systemseitig mit der Kategorie divers erfasst.

FÜHRUNGSKRÄFTE NACH ALTER (IN %)

METRO



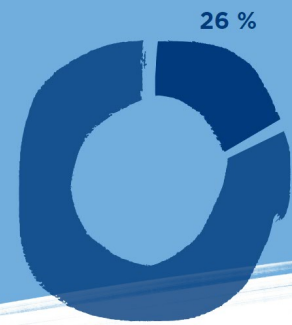
Deutschland



■ < 30 Jahre ■ 30-50 Jahre ■ > 50 Jahre

Definition: Verteilung der Führungskräfte auf Altersgruppen zum 30. September.

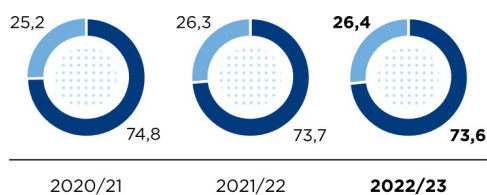
GESCHLECHTER- VERTEILUNG IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN



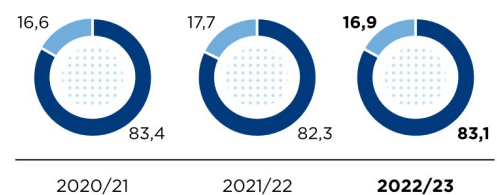
Anteil Frauen in %

Geschlechterverteilung in Führungspositionen (in %)

METRO



Deutschland



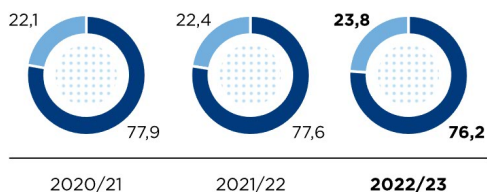
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

Definition: Als Führungspositionen gelten die Ebenen 1 bis 3 (Vorstand, Geschäftsführung, Bereichsleitung und Marktleitung). Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter in diesen Positionen nach Köpfen zum 30. September.

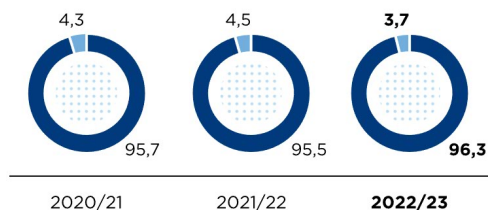
Ziele: METRO strebt an, den Anteil von Frauen in Führungspositionen weiter zu erhöhen. Ziel ist es, dass bis September 2025 25 % der Mitarbeiter auf der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands und 40 % der Mitarbeiter auf der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands der METRO AG Frauen sind. Darüber hinaus wurde ein freiwilliges Ziel für den Anteil von Frauen in Führungspositionen im Großhandel festgelegt. Demnach soll der Anteil von Frauen in Führungspositionen auf den Ebenen 1 bis 3 (einschließlich Marktleitung) der weltweiten METRO-Standorte bis September 2025 bei 30 % liegen.

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Top Management (in %)

METRO



Deutschland



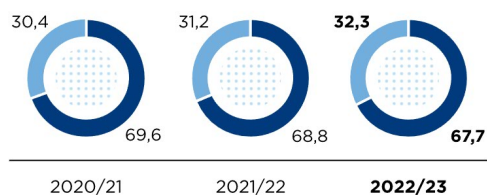
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

Definition: Als Führungspositionen gelten die Ebenen 1 bis 3 (Vorstand, Geschäftsführung, Bereichsleitung und Marktleitung). Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter in diesen Positionen (nach Köpfen zum 30. September).

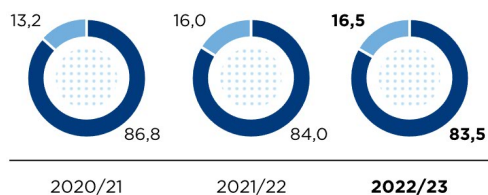
Diese Grafik zeigt nur den Anteil von Frauen und Männern in Top Management Positionen, (in % aller Top Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen Junior Management (in %)

METRO



Deutschland



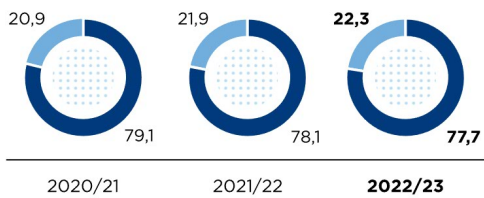
■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

Definition: Als Führungspositionen gelten die Ebenen 1 bis 3 (Vorstand, Geschäftsführung, Bereichsleitung und Marktleitung). Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter in diesen Positionen (nach Köpfen zum 30. September).

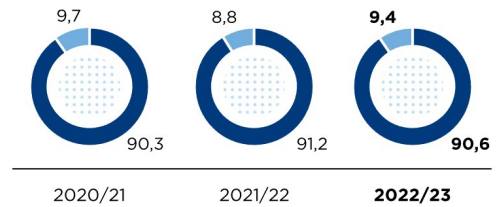
Diese Grafik zeigt nur den Anteil von Frauen und Männern in Junior Management Positionen, (in % aller Junior Management Positionen).

Geschlechterverteilung in Führungspositionen in Umsatz generierende Funktionen (in %)

METRO



Deutschland



■ Anteil Männer ■ Anteil Frauen

Definition: Als Führungspositionen gelten die Ebenen 1 bis 3 (Vorstand, Geschäftsführung, Bereichsleitung und Marktleitung). Berechnet wird der Anteil weiblicher und männlicher Mitarbeiter in diesen Positionen (nach Köpfen zum 30. September).

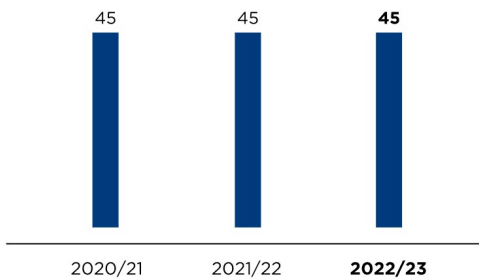
Diese Grafik zeigt nur den Anteil von Frauen und Männern in Führungspositionen in unseren Märkten und Belieferungsdepots in % aller solcher Führungskräfte in diesen Bereichen.

NATIONALITÄTEN BEI FÜHRUNGS- KRÄFTEN

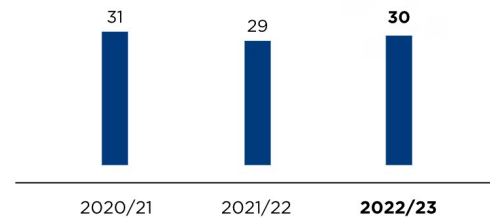
45

Anzahl

METRO



Deutschland

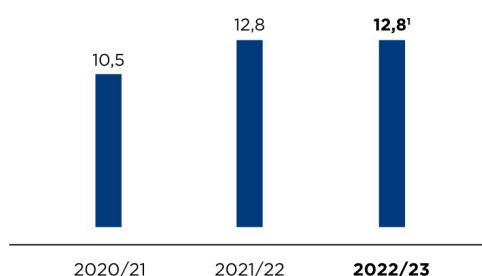


Definition: Anzahl der verschiedenen Nationalitäten unserer Führungskräfte zum 30. September.

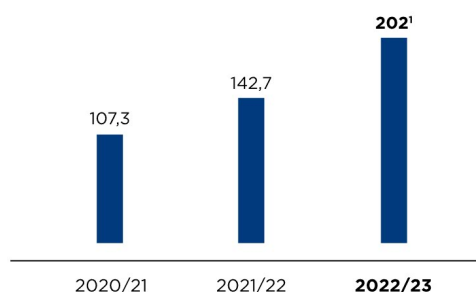
WEITERBILDUNG



Durchschnittliche Anzahl an Stunden für Weiterbildung je Mitarbeiter pro Jahr



Durchschnittliche Weiterbildungsausgaben je Mitarbeiter pro Jahr in €



¹ Das Reporting umfasst 86 % aller Mitarbeiter der METRO

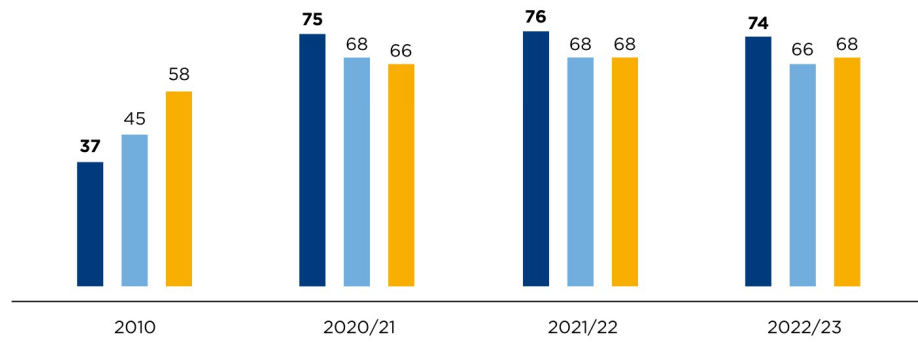
Definition: Maßnahmen (Hygiene, Arbeitsschutz etc.) und Trainings, die sich auf den laufenden Geschäftsbetrieb fokussieren, sowie mittel- und langfristig nutzbare Weiterbildungsmaßnahmen, die auf die Weiterentwicklung des Geschäftsablaufs abzielen.

Erläuterung: Die Kennzahlen zur Weiterbildung beziehen sich auf Mitarbeiter auf Vollzeitbasis im Jahresdurchschnitt. Die berichteten Kennzahlen umfassen METRO AG sowie METRO Großhandelsgesellschaften (außer METRO Indien). In diesem Finanzjahr blieben die Weiterbildungsaktivitäten stabil im Vergleich zum Vorjahr, während die Weiterbildungsausgaben zugenommen haben.

MITARBEITERENGAGEMENT

in %

METRO



■ Engagement Score METRO ■ Global Retail Benchmark
■ Global All Industries Benchmark

Die Mitarbeiterumfrage läuft halbjährlich im Mai und November eines Jahres. Die Zahl für 2022/23 ist aus Mai 2023.

KLIMA + CO₂

ETHISCHES VERHALTEN +
VERTRAUEN

GLEICHBERECHTIGUNG,
INKLUSION + WOHLBEFINDEN

GESELLSCHAFTLICHES
ENGAGEMENT

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT



Gesellschaftliches Engagement - METRO

[Download .xls](#)

in Tsd. €	2020/21	2021/22	2022/23
Spenden für wohltätige Zwecke	1.737	4.150	816
Gesellschaftliche Investitionen	5.152	6.785	8.239
Kommerzielle Initiativen	539	892	1.902
Gesamt	7.428	11.827	10.957

Gesellschaftliches Engagement - Deutschland

[Download .xls](#)

in Tsd. €	2020/21	2021/22	2022/23
Spenden für wohltätige Zwecke	410	714	4
Gesellschaftliche Investitionen	955	1.618	1.258
Kommerzielle Initiativen	134	405	1.042
Gesamt	1.499	2.736	2.304

Spenden für wohltätige Zwecke

Definition: Spenden für soziale Belange, z.B. NGO, gemeinnützige Organisationen, Katastrophenhilfe, sonstiges sowie geringfügige Spenden.

Gesellschaftliche Investitionen

Definition: Spenden für Kultur, Sport und Wissenschaft. Spenden in Form einer langfristigen Investition in die Gemeinschaft wie z.B. Schulmahlzeiten, Unterstützung benachteiligter Menschen, Tafel-Projekte.

Spenden, die die Gesellschaft langfristig unterstützen oder bewerben, z.B. Bundesverband der Tafeln e.V., World Food Programme, Kulturfeste.

Kommerzielle Initiativen

Definition: Kommerzielle Sponsorings, die daher nicht unter die o.g. Spenden für wohltätige Zwecke oder Gesellschaftlichen Investitionen fallen.

ÜBER DIESEN BERICHT

ANWENDUNGSBEREICH

Dieser Kennzahlenbericht Corporate Responsibility 2022/23 gibt Auskunft über die Nachhaltigkeitsleistungen der METRO in Form von Kennzahlen. Er ist gegliedert in Kennzahlen zu unseren strategischen ESG-Prioritäten: Klima und CO₂, Ethisches Verhalten und Vertrauen sowie Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden. Zusätzlich berichten wir zu unserem Gesellschaftlichen Engagement.

BERICHTSZEITRAUM

Der Berichtszeitraum folgt dem Geschäftsjahr der METRO. Dies ist der Zeitraum vom 1. Oktober bis 30. September. Grundsätzlich werden die Kennzahlen für die vergangenen 3 Geschäftsjahre berichtet, sofern die Daten entsprechend verfügbar sind. Bei den Kennzahlen zu Wasserverbrauch und Lebensmittelverschwendung wird zusätzlich das Basisjahr 2020/21 bzw. 2017/18 berichtet.

Für das Klimaschutzziel wird das Basisjahr 2011 berichtet. Das Basisjahr wird für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011 berichtet. Der abweichende Berichtszeitraum ergibt sich dadurch, dass die METRO 2013 ihr Geschäftsjahr vom Kalenderjahr auf den Zeitraum Oktober bis September umgestellt hat.

Es wird jährlich über die Nachhaltigkeitsleistung von METRO berichtet, dieses Jahr in Form eines Kennzahlenberichts Corporate Responsibility 2022/23. Für das Geschäftsjahr 2021/22 wurde ein [Corporate Responsibility Bericht](#) erstellt, der am 14. Dezember 2022 erschien.

VORGEHENSWEISE UND ABDECKUNGSGRAD BEI DER DATENERFASSUNG

Die berichteten Kennzahlen basieren auf Daten, die über verschiedene interne Berichtssysteme ermittelt werden. In der Regel werden die Daten systematisch pro METRO Gesellschaft und Land quartalsweise erfasst, teilweise auch monatlich. Grundsätzlich basieren die Kennzahlen auf erfassten Daten für die gesamte METRO, das heißt – wo immer möglich – für alle Großhandelseinheiten und deren Filialen, Verwaltungs- und Lagerstandorte, die Food Service Distribution (FSD) Einheiten, Geschäftseinheiten unseres digitalen Geschäfts und für die Hauptverwaltung in Düsseldorf, also für alle Standorte beziehungsweise alle Mitarbeiter, falls nicht anders angegeben in den Fußnoten der betreffenden Kennzahlen.

Die Angaben zu „Deutschland“ als dem Land des Unternehmenssitzes, im Abschnitt Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden umfassen alle in dem Land Deutschland verorteten METRO Gesellschaften. Die Angaben zu „Deutschland“ im Abschnitt Klima und CO₂ umfassen die METRO Gesellschaften METRO Cash & Carry Deutschland GmbH sowie die FSD Gesellschaft in Deutschland RExpress.

Für einige Kennzahlen im Abschnitt Klima und CO₂ sind Hochrechnungen und Schätzungen der Verbrauchsdaten notwendig, sofern Primärdaten nur teilweise vorliegen. Das Nachhaltigkeitsdatenmanagement führt die Daten aus den verschiedenen Berichtssystemen zusammen.

Die gemäß Scope 3 berichteten Treibhausgasemissionen aus eingekauften Waren und Dienstleistungen, Anlagegütern und geleasteten Vermögenswerten werden modelliert, da Primärdaten sehr aufwendig erhoben werden müssten. Die Modellierung basiert auf Umsätzen je Produktkategorie beziehungsweise auf anderen Kennzahlen zur wirtschaftlichen Wertschöpfung der METRO. Für die Berechnung verwenden wir sogenannte volkswirtschaftliche Input-Output-Modelle, welche volkswirtschaftliche Waren- und Dienstleistungsströme zugrunde legen.

Die den Kennzahlen zugrunde gelegten Verkaufs- und Belieferungsflächen sind Jahresdurchschnittswerte.

Die Kennzahlen im Abschnitt Gleichberechtigung, Inklusion und Wohlbefinden mit Ausnahme der „Weiterbildungs-Kennzahlen“ beziehen sich auf alle METRO Geschäftseinheiten und damit im Berichtsjahr anteilig auch auf die, die konsolidiert wurden. Abweichend davon werden alle anderen Kennzahlen im Berichtsjahr aufgrund von Veränderungen im Konsolidierungskreis ohne die durch die Konsolidierung betroffenen Geschäftseinheiten dargestellt. Im Sinne der Vergleichbarkeit werden die folgenden Kennzahlen auch rückwirkend ohne die

durch die Konsolidierung betroffenen Geschäftseinheiten dargestellt: alle Kennzahlen im Abschnitt Klima und CO₂ sowie Kennzahl „Anzahl gesunder und nährstoffreicher Artikel“ im Abschnitt Ethisches Verhalten und Vertrauen.

ABWEICHUNGEN IM VERGLEICH ZU FRÜHEREN BERICHTEN

Die in früheren Corporate-Responsibility-Berichten dargestellten Zahlen weichen teilweise von denen im vorliegenden Bericht ab.¹ Dies hat verschiedene, u.a. die folgenden Ursachen:

- Aufgrund von Veränderungen des Konsolidierungskreises werden Daten (teilweise auch retrospektiv) um diese konsolidierten Aktivitäten bereinigt dargestellt.
- Weitere Abweichungen ergeben sich bei den Kennzahlen im Abschnitt Klima und CO₂ daraus, dass Schätzwerte aus dem letzten Quartal des vorangegangenen Berichts 2021/22 nun durch reale Werte ersetzt wurden. Für einige Verbräuche liegen uns die Abrechnungen der Versorger erst so spät vor, dass wir für das letzte Quartal mit Schätzungen arbeiten müssen, die dann im Folgejahr durch reale Werte aktualisiert werden können.

In Anlehnung an die o.g. Gründe gilt für alle Kennzahlen, dass Abweichungen nur im Vergleich zu früheren Berichten bestehen. Innerhalb des vorliegenden Berichts sind alle Kennzahlen nach einheitlicher Methodik grundsätzlich für jeweils 3 Jahre dargestellt, es sei denn dies ist anders gekennzeichnet. Sie erlauben somit einen nachvollziehbaren Überblick über die Entwicklung.

EXTERNE BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG DES KENNZAHLENBERICHT CORPORATE RESPONSIBILITY 2022/23

Wir vervollständigen unsere Datenerhebung und Berichterstattung kontinuierlich, um Transparenz und Steuerung unserer Nachhaltigkeitsleistung zu verbessern. Ein Instrument, um die Glaubwürdigkeit und Transparenz unserer Nachhaltigkeitsberichterstattung zu unterstreichen, ist die externe Prüfung der Kennzahlen in diesem Statusberichts, es sei denn, dies ist anders gekennzeichnet. Die Prüfung der quantitativen und qualitativen Informationen zur nachhaltigen Entwicklung erfolgte im Rahmen der unabhängigen betriebswirtschaftlichen

Prüfung nach ISAE 3000 durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Nicht Gegenstand der Prüfung war die materielle Prüfung von Verweisen auf Internetseiten und externe Dokumentationsquellen. Die Bescheinigung des unabhängigen Prüfers ist unter [Prüfungsbescheinigung](#) einsehbar.

EINLADUNG ZUM DIALOG

Der Austausch mit allen Interessengruppen wie Ihnen als Leser ist uns wichtig. Denn so erfahren wir, was Sie von uns erwarten und in welchen Bereichen wir noch besser werden können. Deshalb freuen wir uns über Ihre Fragen und Anregungen zum Kennzahlenbericht Corporate Responsibility 2022/23 und zu unseren Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit.

Sie möchten Ihre Meinung mit uns teilen? Sie finden uns und was wir im Bereich Nachhaltigkeit tun auch auf Twitter und LinkedIn. Gern schicken Sie uns eine Mail: CR@metro.de.

¹ Für die Vorjahresdaten erfolgte keine erneute Prüfung nach ISAE 3000 durch die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

METRO AG
Schlüterstraße 1
40235 Düsseldorf
Deutschland

METRO AG IM INTERNET

www.metroag.de

www.verantwortung.metroag.de

CORPORATE RESPONSIBILITY TEAM

Ivonne Bollow
Julia Bleifeld
Nina von Radowitz
u.v.m.

cr@metro.de

ONLINE-DESIGN, KONZEPT UND UMSETZUNG

[nexxar GmbH](#), Wien

BILDNACHWEIS

Goodman Germany GmbH

METRO AG

Veröffentlicht am 13. Dezember 2023

